



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK EGGROLL PADA
INDUSTRI MAKANAN OLAHAN AZ-ZAHRA DI KABUPATEN BLORA**

Diajukan Oleh :

Isna Alfianna Firdaus

201411341

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2018



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK EGGROLL PADA
INDUSTRI MAKANAN OLAHAN AZ-ZAHRA DI KABUPATEN BLORA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

Isna Alfianna Firdaus

201411341

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

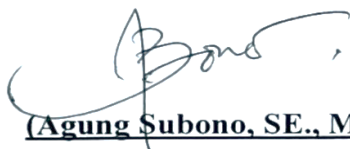
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK EGGROLL PADA
INDUSTRI MAKANAN OLAHAN AZ-ZAHRA DI KABUPATEN BLORA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



(Agung Subono, SE., M.Si)

NIDN. 0520017602

Pembimbing I

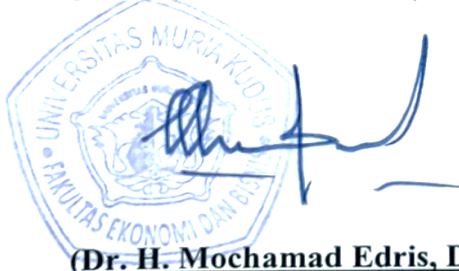


(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd., MM)

NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Dina Lusianti, SE., MM. AAK)

NIDN. 06300098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

” Barangsiapa bertakwa kepada Allah SWT, niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka – sangkannya.”

(QS. Ath Tholaq: 2-3)

PERSEMBAHAN :

1. Teruntuk Abah dan Ibu yang senantiasa selalu mendoakan saya disetiap sujudnya dan selalu memberikan kekuatan tersendiri untuk saya
2. Teruntuk Mbak dan Adik yang juga selalu mendoakan saya
3. Teruntuk “Istri Idaman” yang saling menyemangati dan berbagi keluh kesah
4. Teruntuk teman kos “Endew, Fika, Kak Cin, Kakak Ari” yang juga saling memberi semangat dan saling mengingatkan
5. Seluruh penyemangat saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu
6. Teman – teman seperjuangan FEB UMK angkatan 2014

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat, Taufik, Hidayah serta Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Eggroll Pada Industri Makanan Olahan Az-Zahra Di Kabupaten Blora”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu, memberikan bimbingan serta motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis memberikan ucapan terimakasih dengan sepuh hati kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bapak Agung Subono, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd., MM, selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan petunjuk arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dina Lusianti, SE., MM. AAK, selaku Dosen Pembimbing II yang juga senantiasa memberikan petunjuk arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Staf Dosen Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali penulis dengan Ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

6. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Seluruh Keluarga tercinta atas doa dan dukungan yang selalu diberikan tanpa pamrih kepada penulis.
8. Teman – teman istri idaman tercinta Luffia, Ani, Rifa, Nisa, Novita, Alo yang telah banyak memberikan dukungan semangat, motivasi dan selalu berbagi keluh kesah untuk bersama – sama menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman - teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2014.
10. Bapak Chaidar selaku pemilik Industri Makanan Olahan Az-Zahra yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang pantas kepada semua pihak yang disebutkan diatas. Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiiran dan kemampuan agar dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun. Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis serahkan, mudah – mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kudus,

2018

Penulis

Isna Alfianna Firdaus

201411341

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK EGGROLL PADA INDUSTRI MAKANAN OLAHAN AZ-ZAHRA DI KABUPATEN BLORA

ISNA ALFIANNA FIRDAUS

NIM. 201411341

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd., MM

2. Dina Lusianti, SE., MM. AAK

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

ABSTRAKSI

Penelitian pada produk Eggroll Industri Makanan Olahan Az-Zahra memiliki tujuan untuk mengetahui posisi strategi yang akan digunakan dalam menentukan strategi pemasarannya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara dan metode kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 98 responden yang merupakan konsumen dan 15 responden yang terdiri dari pemilik serta seluruh karyawan Az-Zahra. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT.

Berdasarkan hasil analisis yang digunakan diketahui bahwa posisi strategi industri makanan olahan Az-Zahra berada pada posisi Investasi yang diketahui melalui matrik SWOT, sebelumnya diketahui posisi *Strategic Advantage Product* (SAP) berada pada posisi Kuat dengan total nilai 3,96 dan posisi *Environmental Threat Opportunity Profile* (ETOP) berada pada posisi usaha Ideal dimana nilai tertimbang pada EOE adalah 2,51 dan ETE adalah 1,89. Setelah mengetahui posisi strategi berada pada posisi Investasi maka ditentukan strategi yang akan digunakan adalah strategi Intensif karena industri dalam penelitian terus melakukan pengembangan pasar dan memperluas pangsa pasar.

Kata Kunci : Strategi, SWOT, SAP, ETOP

**ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY OF EGGROLL PRODUCT
IN AZ-ZAHRA FOOD PROCESSED INDUSTRY IN BLORA REGENCY**

ISNA ALFIANNA FIRDAUS

NIM. 201411341

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd., MM

2. Dina Lusianti, SE., MM. AAK

**MURIA KUDUS UNIVERSITY PROGRAM STUDY MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS**

ABSTRACT

Research on Eggroll product by Az-Zahra Food Processed Industry has a purpose to know the position of strategy to be used in determining its marketing strategy. Data collection methods used were interview method and questionnaire method. The sample used in this study consisted of 98 respondents who are consumers and 15 respondents consisted of the owner and all the employees of Az-Zahra. Data analysis method used in this research is SWOT analysis method.

Based on the analysis result, it is known that the position of strategy of the Az-Zahra food processed industrial are in the Investment position through SWOT matrix, previously known that Strategic Advantage Product (SAP) position is in Strong position with total value 3,96 and position of Environmental Threat Opportunity Profile (ETOP) is in the Ideal business position where the weighted value in EOE is 2.51 and ETE is 1.89. After knowing the position of the strategy is in the position of Investment then determined the strategy to be used is Intensive strategy because the industry in research continues to develop market and expand market share.

Keywords: *Strategy, SWOT, SAP, ETOP*

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-------------------------------|---------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Pengesahan | ii |
| Motto dan Persembahan | iii |
| Kata pengantar | iv |
| Abstraksi | vi |
| Daftar Isi | viii |
| Daftar Tabel | xii |
| Daftar Gambar | xiii |
| Daftar Rumus | xiv |
| Bab I Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Ruang Lingkup | 4 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 6 |
| Bab II Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.1 Pemasaran | 7 |

| | |
|---|----|
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 7 |
| 2.1.2 Lingkungan Pemasaran | 8 |
| 2.2 Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal | 9 |
| 2.2.1 Analisis Lingkungan Internal | 9 |
| 2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal | 11 |
| 2.3 Analisis SWOT | 15 |
| 2.4 Posisi Strategi | 16 |
| 2.4.1 Penentuan Strategi dengan Metode SAP | 16 |
| 2.4.2 Penentuan Strategi dengan Metode ETOP | 18 |
| 2.4.3 Matrik SWOT | 22 |
| 2.5 Strategi Pemasaran | 23 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu | 25 |
| 2.7 Kerangka Pemikiran | 28 |
| Bab III Metode Penelitian | 29 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 29 |
| 3.2 Variabel Penelitian | 29 |
| 3.2.1 Variabel Internal | 29 |

| | |
|--|----|
| 3.2.2 Variabel Eksternal | 30 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 31 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 32 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 34 |
| 3.5.1 Metode Kuesioner | 34 |
| 3.5.2 Metode Wawancara | 34 |
| 3.6 Uji Instrumen | 35 |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| 3.8 Analisis Data | 40 |
| 3.8.1 Analisis SWOT | 40 |
| Bab IV Hasil dan Pembahasan | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 42 |
| 4.1.1 Sejarah Industri Makanan Olahan Az-Zahra | 42 |
| 4.1.2 Visi Misi | 43 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi | 44 |
| 4.1.4 Hasil dan Proses Produksi | 45 |
| 4.2 Penyajian Data | 47 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 4.3 Hasil Analisis Data | 50 |
| 4.3.1 Analisis SAP | 50 |
| 4.3.2 Analisis ETOP | 52 |
| 4.3.3 Matrik SWOT | 54 |
| 4.4 Pembahasan | 55 |
| Bab V Kesimpulan | 62 |
| 5.1 Kesimpulan | 62 |
| 5.2 Saran | 62 |
| Daftar Pustaka | 64 |
| Lampiran | |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 Data Penjualan | 3 |
| Tabel 2.1 Kelas Interval | 16 |
| Tabel 2.2 Matrik Posisi SWOT | 22 |
| Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Internal | 36 |
| Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Eksternal | 37 |
| Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas | 39 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Variabel Internal | 47 |
| Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden Variabel Eksternal | 47 |
| Tabel 4.3 Usia Responden Variabel Internal | 48 |
| Tabel 4.4 Usia Responden Variabel Eksternal | 48 |
| Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden Variabel Internal | 49 |
| Tabel 4.6 Pendidikan Terakhir Responden Variabel Eksternal | 50 |
| Tabel 4.7 Perhitungan SAP | 51 |
| Tabel 4.8 Kelas Interval SAP | 52 |
| Tabel 4.9 Analisis ETOP | 53 |
| Tabel 4.10 Matrik SWOT Penentuan Posisi Strategi | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Matrik ETOP | 20 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis | 28 |
| Gambar 4.1 Matrik Posisi ETOP | 54 |



DAFTAR RUMUS

| | Halaman |
|---|---------|
| Rumus 3.1 Perhitungan Sampel | 33 |
| Rumus 3.2 Pemberian Bobot, Skaka dan Nilai Tertimbang | 41 |

